

**PENGARUH KEPUASAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PERUSAHAAN LEASING
SEPEDA MOTOR DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

DHORI PRIDANA KUSUMA
B 100120349

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPUASAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PERUSAHAAN LEASING
SEPEDA MOTOR DI KOTA SURAKARTA**

Yang ditulis oleh:

DHORI PRIDANA KUSUMA

B 100 120 349

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, April 2016
Pembimbing


(Dr. Anton Agus Setiawan, SE, MM)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks. 211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **DHORI PRIDANA KUSUMA**
NIM : **B100120349**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KEPUASAN MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK PADA PERUSAHAAN
LEASING SEPEDA MOTOR DI SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kemudian gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 11 April 2016

Yang membuat pernyataan,

DHORI PRIDANA KUSUMA

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu berharap

(QS. Al Insyirah : 6-8)

Barangsiapa menempuh satu jalan untuk mencari ilmu, Allah akan mudahkan baginya jalan ke surga

(Hadis Riwayat Ibnu Majah)

Education is the most powerful weapon wich can you use the change the world

(Nelson Mandela)

Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu.
Orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan

(Mario Teguh)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini special untuk :

- Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk. Semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun orang lain.
- Rasulullah SAW semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- Keluargaku, Bapakku Radi dan Ibuku Katmini serta adikku Indria Farantika yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
- Para guru dan dosen yang telah mendidik penulis sehingga dapat sampai pada tahap ini.
- Sahabat-sahabatku semua yang telah memberikan warna pada kehidupanku.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada perusahaan leasing sepeda motor di kota Surakarta baik secara parsial maupun simultan. Populasi pada penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan jasa perusahaan leasing sepeda motor di kota Surakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh data primer yaitu kuisisioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Kepuasan merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. (2) Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 67,978 dengan sig. 0,000 sehingga secara simultan terdapat pengaruh kepuasan merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. (3) Hasil uji R Square diperoleh nilai R Square sebesar 0,473 sehingga disimpulkan variasi perubahan pada loyalitas merek dapat dijelaskan kepuasan merek dan kepercayaan merek sebesar 47,3%, sedangkan sisanya sebesar 52,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : kepuasan merek, kepercayaan merek, loyalitas merek

ABSTRAC

This study aims to determine of brand satisfaction and brand trust to brand loyalty on motorcycle leasing company in Surakarta, either partially or simultaneously. The population in this study are individuals who have ever used the services of motorcycle leasing company in the city of Surakarta. The sample in this study amounted to 150 people with the determination of the sample using purposive sampling technique. Data obtained primary data questionnaire with likert scale. Data were analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination.

The result show : (1) brand satisfaction and brand trust significant effect on brand loyalty. (2) F test result obtained F statistic value of 67.978 with sig. 0,000 so simultaneously there is the influence of brand satisfaction and brand trust to brand loyalty. (3) The test results obtained value of R Square of 0.473 thus concluded variation changes in brand loyalty can be explained brand satisfaction and brand trust of 47.3% while the remaining 52.7% is explained by other variables outside variables examined in this study .

Keywords : brand satisfaction, brand trust, brand loyalty

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Perusahaan Leasing Sepeda Motor di Kota Surakarta”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, MM, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, MM,. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dan sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Dra. Rini Kuswati. S.E, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan terbaiknya selama masa studi.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal wawasan dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak Radi dan Ibu Katmini selaku orangtua penulis, terimakasih atas do'a dan dukungannya selama ini. Penulis menyadari tidak akan mampu mebmbalas jasa kalian.
7. Adikku Indria Farantika, terimakasih atas do'a dan dukungannya.
8. Teman-teman angkatan 2012 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak cerita, pengalaman, serta pelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
9. Keluarga besar Kopma UMS (Wahyu, Dodi, Mery, Handa, Septika, Maylis, Ervian, Indah, Husni, Laela, Vicky, Desi, Ruri, Irsyad, Fatimah, Ferdi, Nunung) terimakasih telah memberikan semangat dan pengalaman yang luar biasa.
10. Keluarga besar KAMMI Al-Fath (Gito, Nuzul, Kasmin, Alfian, Yusron, Arum, Titik, Laila, April, Bkti, Zulaikha, Dewi, Ni'mah, Ama, Amalia) terimakasih untuk pelajaran hidup yang sangat bermakna dan do'a yang diberikan.
11. Keluarga besar kos LPMS (Nurhadi, Farid, Fuad, Rasyid, Ervian, Singgih, Roni) terimakasih untuk cerita keseharian yang sangat membantu penulis.

12. Keluarga besar Mentoring FEB (Huda, Rizky, Chrisma, Faiz, Mar'atus, Mardya) atas pengalaman berbagi bersama kalian.

Mungkin masih banyak pihak yang belum disebutkan oleh penulis yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak dalam penyelesaian skripsi ini, akan tetapi penulis tidak akan lupa atas jasa yang telah diberikan. Terimakasih

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat kurangnya pengetahuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Khususnya bagi penulis sendiri dan bagi orang lain pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 01 April 2016

Penulis

Dhori Pridana Kusuma

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. LandasanTeori	7
1. Pemasaran.....	7
2. Merek.....	9
3. Kepuasan Merek	10
4. Kepercayaan Merek.....	11
5. Loyalitas Merek	12
B. Kerangka Penelitian	15
C. PenelitianTerdahulu	15
D. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Populasi dan Sampel	17
B. Data dan Sumber Data	18

	C. Metode Pengumpulan Data	19
	D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
	E. Metode Analisis Data	24
	1. Statistik Deskriptif	24
	2. Uji Validitas dan Reliabilitas	24
	3. Uji Asumsi Klasik	26
	4. Analisis Regresi	28
	5. Pengujian Hipotesis	29
	a. Uji Ketepatan Model (Uji F)	29
	b. Uji ketepatan parameter penduga (uji t)	30
	c. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Analisis Deskriptif	33
	1. Analisis Data Deskriptif	33
	2. Uji Validitas	39
	3. Uji Reliabilitas	40
	B. Pengujian Asumsi Klasik	42
	1. Uji Normalitas	42
	2. Uji Multikolinearitas	43
	3. Uji Heteroskedastisitas	44
	C. Analisis Data dan Pembahasan	45
	1. Analisis Regresi Linear Berganda	45
	2. Uji Parsial (Uji t)	46
	3. Uji Simultan (Uji F)	48
	4. Koefisiensi Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	49
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	32
	B. Keterbatasan Penelitian	34
	C. Saran	34
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Kepuasan Merek.....	34
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek.....	35
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Merek.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3.1 Grafik Kriteria Pengujian Uji F.....	29
Gambar 3.2 Grafik Kriteria Pengujian Uji t.....	31